



O Que É Funil De Vendas, Como Montar O Seu Em 7 Passos

Se todos os empreendedores digitais soubessem **a importância de um funil de vendas em sua estratégia de marketing digital**, o sucesso em resultados online seriam muito maiores do que representa hoje, quer aprender a construir o seu?

Você está procurando entender o que é um funil de vendas, saber qual é a importância dele para seu negócio online e ainda quer saber como montar o seu em 7 passos simples e rápido, mas com profissionalismo? Então esse artigo é para você.

Nesse artigo você aprenderá o que é um funil de vendas e para que serve, qual a importância de um funil de vendas em seu negócio online e como construir o seu de forma estratégica, para que possa vender de forma automatizada e gerar ótimos resultados em suas vendas.



O Que É Um Funil De Vendas

Funil de vendas é um sistema de acompanhamento de leads, esse sistema é responsável por educar e gerar vendas durante o seu processo. Um sistema configurado para atrair um público específico, que por sua vez passa por fases estratégicas de marketing, para educar e converter.

O lead entra no funil porque tem um determinado problema e está buscando por uma solução, encontra o incentivo digital que pode ser em formato de e-books, vídeos, podcasts e etc, que promete resolver um dos problemas que ele tem e que para receber esse incentivo é preciso que ele deixe o e-mail para contato, se cadastrando em uma lista.

Uma vez dentro do funil que já está estrategicamente configurado para educar o lead para um processo de compra futuro, o funil de vendas apresentará algumas fases que podem ser a entrega de conteúdo de valor respectivo ao nicho de mercado, até a apresentação do produto.



Importância Do Funil De Vendas

Você definiu seu público-alvo e agora precisa educar esse público para que ele possa entender a importância da solução que você está oferecendo, ele não tem certeza ou nem sabe se precisa da sua solução, embora ele tenha problemas que necessitam serem resolvidos, ele ainda não entende que você poderá resolver os problemas dele.

É nesse momento que entra a utilização do funil de vendas, ele é importante para fazer seu público entender que ele precisa resolver um problema e que você tem a única solução para isso. O lead passará por algumas etapas dentro do funil até o fechamento da compra.

O funil de vendas é uma grande ferramenta para aumentar a conversão, podemos entender o funil como um funcionário a mais dentro do setor de vendas, isso porque ele trabalha 24 horas por dia de forma automatizada, educando seu público e gerando vendas.

Então se você tem um funcionário a mais no setor de vendas que trabalha 24 horas por dia sem reclamar, sem salário algum e gerando vendas todo o mês por educar e converter, isso já confere a importância que é a utilização de um funil de vendas em um negócio.

- **Funcionalidade do funil de vendas**

Todo o processo que envolve a educação e conversão dentro de um funil necessita de etapas, e apresentarei para você o funil dividido em 3 etapas, essas que são responsáveis por educar seu público até o processo final de vendas.

Essas 3 etapas são fundamentais para a conversão, como dito anteriormente, a pessoa que entra em seu funil através de um incentivo digital, na maioria das vezes não sabe da importância que é o seu produto e como ele pode definitivamente resolver a dor que ela sente. O processo de etapas dentro do funil se encarregará de educar essa pessoa até que ela possa entender que sua solução é a única e importante solução que ela precisa no momento.

Exemplo:

*Paulo quer programar um jogo para colocar no mercado e vender, mas ele não tem dinheiro suficiente para comprar modelos e cenários prontos, em sua busca na internet por modelos 3d para seu jogo, ele se depara com um anúncio dizendo: "**Aprenda Criar Seu Próprio Personagem E Cenários 3D Para Jogos - Baixe O Ebook Grátis**", ele logo se interessa pelo assunto e procura baixar o ebook, se cadastra na lista e entra em um funil de vendas.*

Basicamente como a história de Paulo, é isso que acontece no início da jornada, depois começa todo o processo de 3 fases dentro do funil, desde a entrada da pessoa que passa por uma educação através de conteúdos, até a consumação da compra.

Esse processo todo leva um tempo e os resultados não são imediatos, **é preciso entender que todo o processo do funil leva tempo para entregar resultados**, mas esses resultados podem e devem ser ascendentes e permanentes a médio e longo prazo.

- **Quais as etapas do funil de vendas?**

Podemos dividir conforme dito antes, em 3 etapas e para que você possa entender ainda mais sobre essas etapas, vamos explicar um pouco de cada uma, que são:

1. **Topo do funil**
2. **Meio do funil**
3. **Fundo do funil**

Topo do funil

Nessa etapa a pessoa que entra em seu funil não tem certeza ou nem sabe se precisa da solução que você tem para ofertar, muita das vezes essa pessoa nem sabe ao certo o problema que ela tem e que precisa ser resolvido, muitos entram em um funil sem a intenção de comprar um produto.

Nesse ponto a pessoa que entrou em seu funil está em sua lista de contatos e começa um relacionamento entre você e a pessoa dentro do funil, talvez você ainda não seja uma autoridade para ela, é o relacionamento que ajudará a posicionar você perante ela como uma autoridade. Claro que isso envolverá diversos fatores que não dá para explicar tudo em um único artigo.

Nesse passo inicial é importante transformar o visitante em um lead, essa será a função do conteúdo dentro do funil, educando, entregando valor e gerando autoridade.

Quando seu conteúdo de valor for consumido pelo visitante e esse mostrar a transformação que ele poderá proporcionar, essa pessoa começa a se interessar e consumir ainda mais conteúdo, vindo a se tornar um lead, seguindo, gostando e compartilhando tudo que você oferece.

Meio do funil

Nessa etapa o visitante foi educado por seu conteúdo e passou a entender que tem um determinado problema que necessita de uma solução específica.

Esse é um momento crucial você entregar conteúdo que possam sanar as dores de sua audiência, tutoriais, dicas, em formatos diversificados se quiser, formato ebook, vídeos, podcasts e artigos em seu blog.

Agora você tem dentro do seu funil um lead que interage com seu conteúdo, compartilha e gosta do que consome, acredita no que você oferece e o tem como autoridade.

Agora que seu lead sabe que tem uma dor e que precisa de uma solução, ele provavelmente está buscando por ela, nesse momento você poderá falar da solução que tem para apresentar a ele, passe a fornecer informações sobre seu produto, mostre a transformação que o seu lead pode ter em sua vida se tiver a posse desse produto, lembre-se você não é um vendedor, é um solucionador de problemas. A comunicação de seu produto não deve parecer apenas uma venda.

Fundo do funil

Esse é um ponto crucial para apresentar ao seu lead a sua oferta, essa que deve não parecer apenas uma venda, deve conter toda a sua estrutura de comunicação baseada em copywriting e utilizando dos gatilhos mentais necessários para sua comunicação.

O seu lead já deverá entender que ele precisa de ajuda de alguém como você que tem experiência no problema que ele tem e que criou a solução que ele tanto almeja e que precisa, ele deverá ver essa como a única solução e que não pode perder.

Imaginou apresentar essa solução nesse momento, tendo uma comunicação preparada com copywriting e gatilhos mentais específicos para a sua solução? **Com certeza você contará com**

uma máquina de venda, é isso que o funil pode proporcionar para você de forma automatizada, você prepara o funil uma única vez e depois ele trabalha continuamente para você.

A construção da confiança de seu lead por seu conteúdo e soluções irão aumentando, o relacionamento vai ficando mais próximo e esse ciclo pode se repetir, um bom funil não termina com uma única venda.



Funil De Vendas Em 7 Passos

- **Construindo o funil de vendas**

Construir um funil de vendas não é bicho de 7 cabeças, mas podemos fazer isso em 7 passos simples e estratégicos, que poderão em conjunto desenvolver um sistema para você, que trabalhará de forma automatizada gerando vendas.

Sistema de e-mail marketing

É importante saber que para a execução de um bom funil, é preciso um ótimo sistema de e-mail marketing, temos hoje muitos serviços que inicialmente são gratuitos até 2000 contatos, você poderá escolher o sistema de e-mail marketing que mais achar interessante e acessível.

Não dá para trabalhar com um sistema de funil de vendas sem um serviço de e-mail marketing, esse é um outro passo importante que soma a criação de seu funil.

PASSO 1: Encontrando tráfego para o funil

Esse é um ponto importante, não há validade nenhuma para o nosso funil se não houver pessoas que queiram entrar nele, temos que gerar tráfego qualificado para nosso funil, pessoas que tenham interesse em consumir nosso incentivo digital.

- **Fonte de tráfego**

Você terá a necessidade de definir sua fonte de tráfego, temos muito tráfego disponível na internet e podemos gerar isso de forma paga ou gratuita, o seu conteúdo pode gerar tráfego de forma gratuita, mas é um processo mais lento, enquanto que podemos gerar tráfego de forma mais acelerada, pagando por ele.

a) Tráfego gratuito

Muitas pessoas chegarão ao seu site através de pesquisas em motores de busca como o da Google e Yahoo por exemplo, elas procuram por um determinado assunto ou solução de um problema e podem receber dos motores de busca como retorno, o conteúdo de seu site para responder à pesquisa.

Elas então acessarão seu conteúdo, poderão se inscrever em sua lista e entrar em seu funil, isso caracteriza tráfego gratuito, é uma das várias formas que temos disponíveis para gerar tráfego sem ter que investir dinheiro.

Uma fonte de tráfego bem definida gerará o resultado assertivo de seu negócio, uma escolha errada pode colocar tudo a perder, é um momento de cautela e necessita conhecimento, não é para aventureiros, é preciso estudar bem sobre o assunto antes mesmo de criar um funil de qualidade.

Todo empreendedor sonha com a primeira posição nos motores de busca e o maior em foco é o Google, então vamos também tomar por foco esse mesmo motor, você pode até conseguir as primeiras posições no Google através de tráfego orgânico, ou seja, não pago, mas isso demanda mais tempo e muito conteúdo de valor.

Juntando o marketing de conteúdo de qualidade e boas técnicas de SEO aplicadas em seu site, suas chances em aparecer nas primeiras posições aumentam e muito, mas lembre-se que a concorrência é grande e o motor Google precisa conhecer seu site como relevante para o nicho.

- **Publicando conteúdo de valor**

Vamos tomar seu site como foco, você pode criar conteúdo de valor que incluirá um artigo com 1500 até 3500 palavras ou mais dependendo da necessidade, que solucionará um determinado problema que sua audiência possa ter, contendo conteúdo de valor que entrega solução, podendo agregar vídeo, podcast, ebooks e info-gráficos. Um conteúdo rico.

Você não precisa dominar o assunto, reúna em torno de 5 até 10 artigos de qualidade que fala sobre o mesmo assunto, consuma o conteúdo e crie o seu, sem copiar, seja criativo, respeitando o direito dos outros, use suas próprias palavras.

Pense que cada conteúdo que você criar, será um funcionário trabalhando para você 24 horas por dia, sem reclamar, atraindo futuros leads e nem sendo pago para fazer isso, é um dos melhores funcionários que seu negócio poderia ter.

b) Tráfego pago

Agora é mais acelerado conseguir tráfego de forma paga, é publicar o seu ads e **você já poderá ver pessoas entrando em seu funil de vendas no mesmo dia**, essa é a maneira de gerar público mais acelerado e até vender mais rápido também.

Você poderá criar campanhas que apareçam no Google e nas primeiras páginas, usando vídeos ou mesmo o artigo de seu site, poderá também utilizar a rede social Facebook, Instagram, depende muito do conteúdo e da estratégia.

Claro que para fazer uma campanha paga, todo o seu sistema de geração de leads deve estar pronto, conteúdo em formato artigo, sistema de email marketing, funil de vendas bem definido e etc, antes de investir em propaganda paga, tudo tem que estar pronto, testado e funcionando.

Sua persona tem que estar bem definida antes de utilizar o tráfego pago, dessa forma você poderá criar propagandas bem segmentadas para atingir o público certo e obter resultados mais assertivos.

Você poderá trabalhar com o tráfego pago e orgânico ao mesmo tempo, visto que existem muitas pessoas que não tem afinidade por propagandas, mas que consomem muito conteúdo informativo.

Depois de todo esse processo você ainda poderá aplicar o remarketing, esse por sua vez cuidará de mostrar o seu anúncio novamente para a pessoa que acessou o seu anúncio em algum momento, ele aparecerá novamente nas redes sociais que a pessoa costuma usar, blogs e pesquisas por exemplo.

c) Tráfego direto

Existe também o tráfego direto que não é um montante interessante para se focar ao meu ponto de vista, mas que também soma a toda estratégia montada, esse tipo de tráfego vem por pessoas que acessam seu site diretamente.

Geralmente esse é um público que já se deparou com seu conteúdo, já conhece sua marca e acessa seu site digitando sua url (endereço de seu site exemplo: www.seusite.com), muitas das vezes ele já acessa com intenção de comprar um produto ou simplesmente sanar alguma dúvida.

d) Tráfego por mídias sociais

As pessoas constantemente estão se socializando, querendo pertencer a um grupo, estar envolvidas entre pessoas que gostam ou curtem coisas semelhantes, as redes sociais estão cheias de pessoas que tem esse desejo, elas repetidamente acessam suas redes sociais para consumir conteúdo, ficar a par dos assuntos entre grupos.

O legal de conseguir tráfego aqui, é que todo o seu conteúdo pode viralizar, sendo compartilhado e envolvendo mais pessoas. Compartilhe o máximo de conteúdo em redes sociais diversificada, não precisa abraçar o mundo, pode começar com Facebook, Instagram e Twitter.

PASSO 2: Oferta primária

Crie uma oferta com preço baixo no início, um produto de entrada, a pessoa se cadastrou para receber um e-book por exemplo e será redirecionada para uma página de vendas, mas ela deverá ser avisada com antecedência que o e-book será enviado para o email dela.

Pessoas tem hábitos diferentes de consumo, as chances de alguém comprar seu produto logo no primeiro contato pode acontecer ou não, isso é volátil, mas é uma estratégia para testar.

O importante é que você conseguiu o email dessa pessoa, mesmo que ela não tenha interesse em comprar seu produto logo no primeiro contato, ela pode muito bem ser educada dentro do seu funil de vendas até que possa efetuar uma compra.

- **Use o gatilho da escassez aqui**

Coloque um contador de tempo em sua página de vendas, faça uma promoção, um desconto bem considerado que durará apenas algumas horas do acesso que essa pessoa tem na página, ele deverá saber que perderá a promoção se o contador zerar, isso tem um grande efeito.

Ofereça um bônus para a compra nesse período, isso gera valor e deixa a pessoa mais interessada em seu produto, essa primeira oferta pode ser um momento crucial para você vender, é preciso usar

todos os meios possíveis para essa pessoa entender que esse produto poderá ser uma transformação em sua vida.

Vale lembrar que essa página de vendas deve conter um script com uma copy bem feita, quebrando as objeções relacionadas ao nicho, deve conter preferencialmente um vídeo "não obrigatório", o vídeo ajuda na conversão, use provas sociais.

Mesmo sendo um produto de entrada, ele pode e deve ser um produto de transformação, que gere resultados na vida da pessoa, não apenas um produto que gere renda.

PASSO 3: Oferta secundária

Aqui você praticará o preço médio em seu produto, nesse ponto você poderá ofertar um produto com mais conteúdo do que o primeiro, um produto mais completo.

Essa oferta pode ser apresentada para as pessoas que receberam a oferta primária, envie para todos, não é ainda o valor mais alto que você deverá ofertar, isso ficará para a oferta terciária.

PASSO 4: Oferta terciária - UpSell

Quando você oferecer algo para a pessoa comprar em conjunto com o seu produto, isso é chamado de UpSell, é preciso que um produto complemente o outro, isso agrega valor, aqui o valor poderá ser mais alto, porém as chances de vendas são bem menores.

Testar esses pontos dentro do funil de vendas pode fazer um grande diferença no faturamento, vale toda a criatividade, estratégia e persuasão dentro do seu funil, dessa forma seu faturamento poderá aumentar.

PASSO 5: Email marketing

O seu funil de vendas está definido dentro do seu sistema de email marketing, você deverá ter uma lista de contatos para que tudo isso aconteça, o incrível de se possuir uma lista é que você pode apresentar varias formas de oferta e estratégias para vender seu produto ou serviço.

Diversos fatores podem impedir que ocorra uma venda imediata dentro do seu sistema de email marketing, fatores externos também podem influenciar os resultados, é preciso levar em consideração tudo isso.

Contando com a sua lista de email que poderá crescer a cada mês e ano, você poderá praticar várias ofertas dentro do funil, vou citar algumas delas:

Saiba mais: [Como aprofundar sobre funil de vendas](#)

- **Lançamento de um produto**

O seu público já conheceu seu conteúdo, tem você como autoridade no nicho e está interessado no que você diz ou oferta, então você poderá lançar um novo produto e utilizar essa lista para promover esse produto.

As chances de uma venda mais acelerada de um produto novo, é quando você vende para alguém que já conhece você e tem um grande interesse no seu nicho. Procure antecipar o lançamento desse produto para sua lista antes de fazer sua oferta.

- **Oferta de produto afiliado**

Você pode usar a lista para enviar seus links de afiliado, agregando um bônus que pode ser um de seus produtos, a pessoa recebe o bônus ou a sua consultoria por um período de tempo, se adquirir o produto através de seu link.

Ofertar produto afiliado é interessante, principalmente se você não está com seu produto disponível para vendas, ou porque fechou o carrinho para uma quantidade específica de pessoas, ou pode até ser por falta de um produto físico que não tem mais em estoque.

Nesse momento o recurso de utilizar link afiliado pode cobrir essa falta de algum produto, que não esteja disponível para venda no momento, pense nisso.

PASSO 6: Gerando relacionamento

- **Entregando conteúdo dentro do funil de vendas**

Nesse ponto é um dos que eu considero mais importante dentro de um funil de vendas, o relacionamento que você gera através de sua lista de contatos, o bom relacionamento com sua lista através de conteúdo de valor é que vai gerar resultados duradouros a médio e longo prazo.

O funil de vendas não é feito só para vender, nele você tem a parte importante do processo que é o relacionamento, se encher o seu funil com anúncios de vendas de produtos, as chances é que as pessoas comecem a sair de sua lista de contato.

É preciso entregar conteúdo de valor que solucione as dores do nicho e que gerem reciprocidade, deve haver entrega periódica de conteúdo dentro do funil, isso é feito de forma automatizada, você não ficará enviando emails, o sistema fará isso por você.

- **Conteúdo gera engajamento**

Quando você entrega conteúdo de valor através de seu sistema de funil de vendas, você gera valor, as pessoas começam a enxergar você como uma autoridade no assunto, a confiança e a reciprocidade aumentam, as pessoas ficam mais engajadas com você.

As pessoas vão comprar de você porque te conhecem, sabe que você entende do assunto, entrega sempre valor de qualidade, é muito mais assertivo que as pessoas comprem de quem conhecem do que de quem nunca viram.



Passo 7: Repita o ciclo do funil de vendas

A repetição do funil deve ser constante, ele permite que você possa retornar todo o processo estratégico novamente, gerando tráfego e convertendo em vendas.

- **O tráfego e o princípio da solução de dores**

O foco principal do funil de vendas é gerar tráfego, esse que será educado e que entenderá durante todo o processo, que ele tem um problema, que existe uma solução e que ele precisa dessa solução.

Trabalhar para gerar tráfego e alimentar o funil é um dever do empreendedor, as redes sociais, blogs e emails estão aí para trazer pessoas para o seu funil, quanto mais você estiver presente nas mídias sociais, mas pessoas você poderá trazer para seu negócio.

SEO + Técnicas de ranqueamento de conteúdo + conteúdo de valor + divulgação, use tudo isso para atrair mais pessoas para seu negócio, é importante se aprofundar em todas as técnicas possíveis que possam ajudar a construir seu público, essa é uma das chaves do sucesso.



Conteúdo para o funil de vendas

Tendo em mente que temos as etapas distintas dentro do funil, podemos reservar determinado conteúdo para cada uma delas, é preciso manter a atenção do visitante que está no funil, e para isso temos que seguir alguns processos.

- **Topo do funil: conteúdo**

Visto que a pessoa que entra no funil pela primeira vez, pode precisar entender que ela tem um determinado problema e que precisa de uma solução, é importante entregar um conteúdo que seja realmente interessante e que a pessoa entenda o valor dele, lembre-se que ela se inscreveu em sua lista com a intenção de receber o incentivo digital, na maioria das vezes apenas isso.

Esse é um momento para entregar um conteúdo mais sutil, leve, mas que desperte interesse da audiência em consumir o conteúdo e aguarda o que está por vir que será ainda maior e melhor, esse conteúdo maior deixaremos para o meio do funil.

Podemos entregar o conteúdo em vários formatos, um dos formatos que as pessoas mais gostam de consumir é o vídeo, mas isso não impede de entregar o conteúdo em outros formatos, a diversificação também pode ser um atrativo, não fica monótono, mas vou levar em consideração que você entregará artigos que estão postados em seu site.

Conteúdo através do blog: Artigos

Acredito que seu conteúdo seja objetivo e direto ao ponto, que entrega valor e resolve um problema, é isso que será interessante para essa audiência, é importante levar em consideração o nível de conhecimento que esse público tem em relação ao seu nicho, dessa forma fica mais fácil entregar o conteúdo apropriado.

Uma pessoa que já tem seu site construído, um domínio próprio e já posta conteúdo, não terá muito interesse em consumir um conteúdo que fale como criar o seu domínio, uma vez que ela já sabe como fazer isso, então pense, qual é o nível de conhecimento de sua audiência sobre o nicho ?

Você poderá entregar artigos relevantes a sua audiência, algo que realmente agregue valor e que resolva um dos problemas que ela tem, dentro do seu sistema de email marketing, ela receberá um link que redirecionará ela para o artigo postado em seu site.

Conteúdo em vídeos

As pessoas gostam bastante de conteúdo em vídeo, eu acredito que esse é um dos meios mais consumidos de mídia, eu mesmo tenho mais preferência por conteúdo em vídeo do que em qualquer outro formato.

O vídeo proporciona mais conforto na hora de consumir o conteúdo, e a atenção fica mais presa por causa das imagens ou cenas contidas no vídeo, é um ótimo meio para compartilhar conhecimento, é ótimo para o início do funil.

Conteúdo em podcasts

Podcasts são conteúdos compartilhados em formato áudio, é apenas para a pessoa ouvir, não tem uma cena acontecendo enquanto o conteúdo é tocado, algumas vezes você poderá encontrar podcasts em formato de vídeo com uma imagem parada, a ideia é que o conteúdo deverá ser consumido apenas ouvindo.

Entregar esse tipo de conteúdo no início do funil, também é interessante, visto que é simples e cômodo de se consumir, existem algumas técnicas para prender a atenção do ouvinte nos primeiros segundos e manter presa por todo o conteúdo.

Conteúdo através de newsletters

Esse é um formato de conteúdo que você poderá enviar diretamente para sua audiência, pode ser segmentado e entregue de acordo o desejo de consumo.

Esse é um formato interessante para se utilizar nessa etapa do funil, é simples, direto e bem objetivo, com a newsletters você poderá manter seu público bem informado e atualizado sobre o seu nicho.

Conteúdo através de infográficos

Os infográficos são bastante interessantes e simples de serem entendidos, são conteúdos entregues através de imagens que geralmente estão no formato vetor e que apresentam a solução de forma sequencial e clara, é tranquilo de ser consumido e de fácil acesso.

- **Meio do funil: Conteúdo**

Nessa etapa eu diria que chegou a hora de um conteúdo mais específico, mais abrangente, com muito mais detalhes, no começo enviamos algo mais sutil, mas que despertaria o interesse da audiência em relação ao que está por vir.

Estamos chegando próximo a ofertar nosso produto que será na próxima etapa do funil, agora é hora de estreitar ainda mais o relacionamento com a lista, conhecer ainda mais a fundo seus interesses, desejos e necessidades.

Estamos entregando valor nesse momento, reforçando ainda mais o relacionamento, mostrando que temos muito a oferecer, veja isso como um gráfico ascendente, é preciso subir na escala de valor e surpreender sua audiência.

Conteúdo em forma e-book

E-books são ótimas formas de enviar conteúdo, nele você poderá ir mais afundo no problema, entregar uma solução com muito mais detalhes, visto que pode conter várias páginas, e a pessoa poderá baixar e estudar quando e a hora que quiser, mesmo offline.

Há bastante interesse em conteúdo no formato e-book, tanto é que sua audiência possivelmente entrou para seu funil no interesse de baixar um e-book.

Artigos do blog

Nesse momento você poderá entregar artigos que vão mais a fundo nas dores do nicho, o nível de conhecimento de seu público agora é mais elevado, ele já sabe do que se trata, é hora de mostrar para que você veio e definir de uma vez por todas, que você pode solucionar o problema de sua lista.

Artigos que tenha soluções específicas e mais aprofundada, como um tutorial, pode ser entregue nesse momento do funil, um artigo rico em detalhes, com passo a passo, referências e todo suporte possível para que a pessoa consiga ter resultados, é o recomendado nessa etapa.

Cases de sucesso de seu produto

O gatilho da história tem um grande potencial para criar conexão com sua marca ou autoridade, então compartilhar histórias de sucesso de pessoas que compraram seu produto ou serviço é uma grande sacada e gera ótimos resultados.

Você poderá colher depoimentos de seus clientes e entregar a seus leads em formato de vídeo, áudio ou texto, nesse tipo de depoimento o cliente pode contar sobre o antes e o depois, qual foi a transformação que seu produto proporcionou.

É isso, agora você está pronto para começar a desenvolver seu funil de vendas e aumentar o faturamento de seu negócio online, lembre-se que há muito mais detalhes e conhecimentos para se motar um funil profissional e de resultados, continue estudando.

- **Conclusão**

Nesse artigo você aprendeu o que é um funil de vendas, a sua importância para gerar bons resultados em qualquer tipo de negócio online, além de **obter os passos necessários para a construção de seu funil de vendas.**

Essa é uma estratégia valiosa do marketing digital, que não poderá ficar de fora de seu sistema automatizado de vendas, ele poderá garantir ótimos resultados na venda de seu produto ou serviço.

Com o funil de vendas e o sistema de email marketing, você poderá construir uma lista responsiva que poderá aumentar a cada dia, mês e ano, basta manter o ciclo de compartilhamento através de marketing de conteúdo e anúncios.

Você entendeu que precisa de um bom sistema de **email marketing para somar a estratégia do seu funil de vendas e que existem planos iniciais gratuitos até 2000 contatos**, dessa forma você poderá economizar no começo.

Se quiser aprofundar ainda mais sobre o desenvolvimento de um funil de vendas expert, no passo a passo e com mais detalhes, além de outros assuntos ligados ao marketing digital, então dê uma olhada no treinamento [Fórmula Negócio Online](#).

Te desejo sucesso!

Edson Camacho